

ステレオタイプとメディアの関係

寧 昊（ネイ コウ）

神田外語大学（中国）

1. はじめに

21世紀の現代社会では、グローバル世界と言われる。様々な民族や文化が共存している時代である。しかし、この共存の時代にあっても、異文化に対する理解は、まだまだ不十分である。そして、本論文で注目する「ステレオタイプ」も異文化理解を疎外する要因の一つである。

本論文は、ステレオタイプとそれを作り出すメディアの関係について、先行研究や新聞などを参考にして検討する。まずステレオタイプは何かについて、例を挙げ説明する。次に、ステレオタイプをどのように防ぐべきか理由を述べる。最後に今後の課題を提示する。

2. ステレオタイプとメディア

現代社会では、メディアの影響で、ステレオタイプが形成されていると思われる。ただし、ここで一度ステレオタイプとは何かについて、定義しておかなければならない。たとえば、山口二郎は、ステレオタイプを以下のように定義している。

様々な情報が氾濫する今日、人はメディアを通してしか事物を知ることはできない。そして、普通の市民は事物について多様な情報を吟味し、正しく事物を知るだけの余裕を持たない。メディアが伝えるイメージが固定化し、人は思考を省略してそのようなイメージに基づいて認識、判断を行うようになる。そのような固定化されたイメージをステレオタイプと呼ぶ、と（山口 2007）。¹

¹ コトバンクの検索利用。「ステレオタイプ」

<https://kotobank.jp/word/%E3%82%B9%E3%83%86%E3%83%AC%E3%82%AA%E3%82%BF%E3%82%A4%E3%83%97-84269#E7.9F.A5.E6.81.B5.E8.94.B52015>（閲覧日：2015/10/06）。

本論文では、この定義を採用した上で、論を進める。

例えば、中国の場合は、政治的なタブーや敏感な問題が多い。すべての報道は、国の方針の下で、党の宣伝部門の指示に基づいて、報道しなければならないため、メディアの論調が制限されている。それは、様々な政治的な目的によって、報道の内容も方法も違うため、ステレオタイプを人々に植え付ける傾向がある。例えば、抗日ドラマの連続放送の影響もあり、日本政府観光局の2006年の世論調査²によれば、中国人が日本について思い出すイメージは、「中国を侵略した日本軍（44.5%）」と「靖国神社（35.0%）」という結果になっていた。つまり、メディアの影響力はかなり高いことがわかる。

一方、日本の場合は、下村（2010）が、マスコミでの日中関係の取り上げ方は単純化されていると主張している。日本は、論調の制限がないが、日常的にアンバランス報道は大量に存在する。捏造や偽のものではないが、一部だけを取りあげて、全てであるかのように強調し、全体のイメージがそのまま伝え広げられてしまうきらいがある。何故そのようになるかという、実は、何事も起きなければ、ニュースにならないからである。読者の目を惹きつけない。したがって、メディアの報道は全て中立性があるとは限らない。例えば、「ルールを守らない中国人！」というネット報道があったとすれば、人々は自然に、中国人は教養が低いと感じ、中国人全体がそのように思われる可能性が高い。しかし、ルール違反の中国人は、結局個別的な事例であり、タイトルを変えて、「ルールを守っている中国人」の例を強調すれば、総体的なイメージは違ってくる。そのため、個別的な事例は、中国人全体に当てはまるわけではない。したがって、内容は全く同じニュースでも、メディアの報道の方向により、人々に伝えるイメージが違ってくるのである。

² 日本政府観光局、「中国からのお客様を迎えるに当たって」、
https://www.jnto.go.jp/jpn/reference/visitor_support/greeting/china.html（閲覧日：2015/10/08）。

3. 何故ステレオタイプは形成されるか

ステレオタイプの形成の原因は、主に、自分の所属する団体や権利に対して服従し、他の団体や権利を見くびることにある。あるいは、自分の所属と他の所属の差異の強調や増幅など、自分の所属の肯定的な特徴を他の所属と比べて、強調する。そして、メディアを利用し、そのようなメッセージは日々伝えられている。現代社会では、人々はインターネットを通じて、簡単に情報を手に入れることができる。しかし、情報の真実性を確認できず、情報の優劣を区別できない人々は大勢いる。そのような人々は、捏造された情報や自団体中心の視点からの報道によって左右されやすい。事実かどうか、わからずに信じてしまう。メディアによるステレオタイプの影響力を以下中央調査社の調査の表に示す。

図 1-1 世論調査 日本人の「好きな国・嫌な国」³

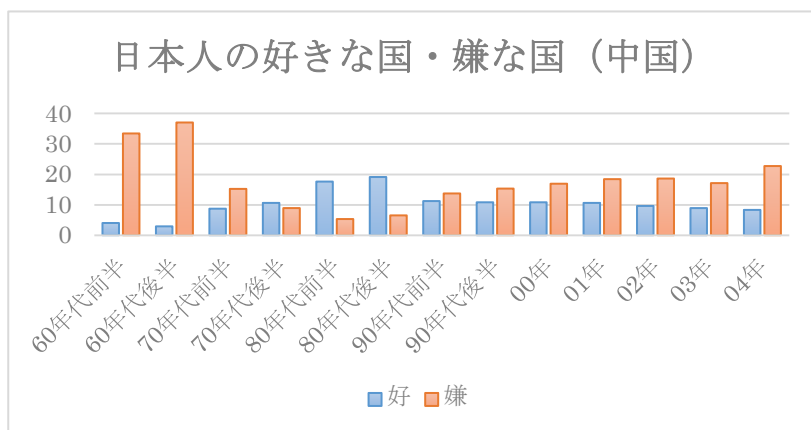


図 1-1 に表示するように、日本人は中国に対して、70 年代前半までは好嫌差マイナスを続けてきたが、80 年代からプラスに転じた。これは田中角栄首相の訪中を前にした劇的転換であった。その後も、プラス幅が増加し 80 年代後半には好中派が 19.1%まで達したが、89 年の天安門事件のため、再びマイナスに転じた。そして過激な反日デモ報道が過熱したため、嫌中派が急増したようだ。この流れの中のメディアの作用は無視することはできな

³ 中央調査社、「日本人の好きな国・嫌な国」、
<http://www.crs.or.jp/backno/old/No575/5751.htm>（閲覧日：2015/10/06）。より作成

い。したがって、メディアの影響で、日本人は中国に対して、野蛮な国だとメディアが伝えたままに思い込んで、ステレオタイプを形成する傾向がある。

4. ステレオタイプの危険性

言うまでもなくステレオタイプは大変な危険性を持っている。第一次世界大戦中のドイツ社会は混乱し、人民は貧困に落ち込んでいた。ドイツの人々は個人の力が弱いと感じ、この無力感から逃げ出すため、強い政権に頼った。当時のヒトラーは、自分たちより、ユダヤ人は劣等的な存在と提示した。そして、ドイツの人民はその考えを受け入れ、思想形態が固く「ユダヤ人は劣等的な人間だ」というように、ユダヤ人をステレオタイプ化して相手を判断することになった。その結果、人類史の中で、残酷な「ホロコースト」が行われた。このようなことは、新世紀になっても、インドネシアやパレスチナなどで、未だに行われている。

最近話題になっている「イスラム国」についても、メディアの報道の中で、イスラム教徒が登場すれば、人々はすぐ「テロ」や「殺人」などの名詞を連想する。しかし、世界に、イスラム教徒は16億人⁴いる。テロを行っているイスラム教徒は、イスラム過激派だけである。イスラムと見れば、すぐ「テロ」や「殺人」など思い出す。そのような偏見は、ハト派イスラム教徒を反発させるかもしれない。したがって、ステレオタイプは大変危険なものである。

5. 防ぐために、どうすべきか

そのような危険なステレオタイプを、我々はどうすれば、防ぐことができるか。どうすれば、「ホロコースト」のような残酷な事件を防止できるのか。意識しなければならないことをここで三点挙げたい。

⁴ 日本経済新聞、「イスラム教徒、2100年には最大勢力 世界の宗教人口予測」、http://www.nikkei.com/article/DGXLASGM04H0I_W5A400C1EAF000/（閲覧日：2015/10/06）。

1. われわれは自分自身の中のステレオタイプを認めなければならない。つまり、常にステレオタイプを認識しなければならない。メディアの報道を見る時に、そのまま、受け入れるのではなく、事実であるか、報道の方向が偏っていないかと常に確認しなければならない。例えば、報道がアラビア世界は非常に危険だと伝えていたとしても、その報道に疑問を持ち、他のニュースや文献を参考しなければならない。

2. 偏見を受けている側も、声を出さなければならない。自分が差別されていても、声を出さないですむケースが多いかもしれない。しかし、そのような作法は間違っている。大勢の人々は、自分はステレオタイプを持っていると認識していないため、知らず知らずに、ステレオタイプをうけいれ、差別している事が多い。そのようなことを生じさせないため、偏見を受けている側も、ステレオタイプを押し付けられていることを広く伝えるべきである。

3. 現代の若者は、インターネット情報を信じ切っているきらいがあり、情報が正しいかどうか確認する必要性などは全く感じていないという（下村 2010）。つまり、若者の情報を疑う力を養うことも必要もある。そのため、下村が述べるように、子供の頃からメディア・リテラシーを育む必要もある。

おわりに

以上、本論文では、ステレオタイプとメディアの関係を検討してきた。ステレオタイプの形成は、すべてがメディアの責任とは言い切れない。しかし、現代グローバル世界では、ステレオタイプを正視しなければならない。他国との文化交流と経済交流をますます深くするためには、ステレオタイプを捨て去るべきである。したがって、われわれステレオタイプを認識したうえで、メディアの報道にも関心を持つことが必要である。確かに、ステレオタイプは現在の段階で、いきなりなくなるのは難しいかもしれない。そのため、我々は、常に認識をすることと、ステレオタイプによって偏見を受けた人々の声を聴くことも十分な意義があるであろう。

本論文執筆の過程で世界中に、アンバランス報道が大量に存在することを知った。どうすれば、メディアの中立性を保つことができるのか、今後の課題としたい。

参考文献

青木 保、『異文化理解』、岩波新書、2001年。

池田 理知子（編集）、『よくわかる異文化コミュニケーション』、ミネルヴァ書房、2010年。

上瀬 由美子、『ステレオタイプの社会心理学』、サイエンス社、2002年。

クレイグ・マクガートイ、ビンセント・Y・イゼルゼット、ラッセル・スピーアーズ、『ステレオタイプとは何か』、明石書店、2007年。

コトバンク、「ステレオタイプ」

<https://kotobank.jp/word/%E3%82%B9%E3%83%86%E3%83%AC%E3%82%AA%E3%82%BF%E3%82%A4%E3%83%97-84269#E7.9F.A5.E6.81.B5.E8.94.B52015>（閲覧日：2015/10/06）。

下村 健一、『マスコミは何を伝えないか』、岩波書店、2010年。

中央調査社、「日本人の好きな国・嫌な国」、

<http://www.crs.or.jp/backno/old/No575/5751.htm>（閲覧日：2015/10/06）。

日本経済新聞、「イスラム教徒、2100年には最大勢力 世界の宗教人口予測」、

http://www.nikkei.com/article/DGXLASGM04H0I_W5A400C1EAF000/（閲覧日：2015/10/06）。

劉 志明、『中国のマスメディアと日本イメージ』、株式会社エピック、1998年。